

Монько Тетяна Савівна
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент Національної академії
керівних кадрів культури і мистецтв
elena1.turchenko@gmail.com

МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ ЯК СКЛАДОВА КУЛЬТУРНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Мета роботи. Дослідження присвячене визначенню ролі й сучасного стану культурної політики як вагомій складової міжнародних відносин України на сучасному етапі. **Методологія** дослідження полягає у застосуванні аналітичного, порівняльного та історичного методів, що дає змогу проаналізувати та визначити роль культурної політики для формування іміджу держави на міжнародному рівні. **Наукова новизна.** Явище культурної дипломатії розглянуте як механізм і складова культурної політики, необхідної для реалізації питань, що постали перед сучасною Україною. **Висновки.** Формування дійової державної стратегії у галузі культурної політики сприятиме зростанню іміджу України як держави із визначними надбаннями культури, а також культурному співробітництву, як наслідок – більш високому рівню міжнародних відносин.

Ключові слова: міжнародні відносини, культурна політика, міжнародний імідж, міжнародні культурні зв'язки, стратегії, культурна дипломатія, "м'яка сила".

Монько Татьяна Саввична, кандидат педагогических наук, доцент, доцент Национальной академии руководящих кадров культуры и искусства

Международные отношения как составляющая культурной политики Украины на современном этапе

Цель работы. Исследование посвящено определению роли и современного состояния культурной политики как весомой составляющей международных отношений Украины на современном этапе. **Методология** исследования заключается в применении аналитического, сравнительного и исторического методов, что позволяет проанализировать и определить значение культурной политики для формирования имиджа государства на международном уровне. **Научная новизна** работы заключается в том, что явление культурной дипломатии рассмотрено как механизм и составляющая культурной политики, необходимой для реализации вопросов, стоящих перед современной Украиной. **Выводы.** Формирование действенной государственной стратегии в области культурной политики будет способствовать росту имиджа Украины как государства с выдающимися достижениями культуры, культурному сотрудничеству, как следствие – более высокому уровню международных отношений.

Ключевые слова: международные отношения, культурная политика, международный имидж, международные культурные связи, стратегии, культурная дипломатия, "мягкая сила".

Monko Tatiana, Ph.D., Associate Professor, National Academy of Culture and Arts

International relations as a part of cultural policy of Ukraine at the present stage

The purpose of the article. International relations often are widely perceived as purely political phenomenon. However, more extensive and complex mechanisms, regulating the process of international relations between states are hidden behind it. In modern Ukraine cultural policy and cultural diplomacy are not appreciated completely as part of this process. The research is devoted to defining the role and current state of cultural policy as an important component of international relations of Ukraine at the present stage. The research **methodology** combines analytical, comparative and historical methods, allowing to analyze and define the role of cultural policy for the formation of the country's image in the world. **Scientific novelty** of the research is that the phenomenon of cultural diplomacy is considered as the mechanism, and the part of cultural policies required to face the current issues in Ukraine. However, until now the significance of this phenomenon, and the opportunity to create via it a positive image of the state is not fully used. **Conclusions.** Development of an effective state strategy in the field of cultural policy will improve the image of Ukraine as a country with outstanding cultural achievements, will promote cultural cooperation and, consequently, a higher level of international relations.

Keywords: international relations, culture, cultural policy, international image, international cultural relations, strategies, cultural diplomacy, "soft power".

Актуальність теми дослідження. Міжнародні відносини як система міждержавних взаємодій між суб'єктами – складний і комплексний процес. Вагомим фактором формування авторитету держави на міжнародній арені є культура. Саме вона формує імідж країни серед світової спільноти.

Більшість наявних джерел містять теорію та історію культурної політики та культурної дипломатії, а міжнародні відносини представляються здебільшого під кутом аналізу політичних процесів. Тому дослідження проблем формування іміджу країни шляхом активної культурної дипломатії є вкрай важливим з погляду основних державних завдань – формування та захисту національної культури.

Мета дослідження – проаналізувати рівень використання українського культурного потенціалу для успішної реалізації завдань міжнародної політики, а також з'ясувати основні чинники, що впливають на рівень присутності української культури у світі, визначити шляхи, необхідні для збільшення присутності української культури у світовому культурному просторі.

Виклад основного матеріалу. Міжнародну політику складно уявити без такої вагомій складової, як культура. Вона завжди відігравала і продовжить відігравати провідну роль в цьому процесі. Також неможливо представити міждержавний діалог без участі культурної дипломатії. Термін "культурна дипломатія" – не новий. Дослідники доводять, що він з'явився в науковому обігу в 1930-х роках [2]. Сучасні дослідники розглядають культурну дипломатію в руслі просування інтересів держави на міжнародному рівні засобами культури та мистецтва. Так, Є.Астахов зазначає: "Міжцивілізаційний діалог не може обійтися без культурної дипломатії. Саме дипломатії, а не силового експорту політичних, ідеологічних та релігійних постулатів" [1].

Британець М.Леонард у дослідженні "Дипломатія іншими засобами" визначив основні напрями публічної дипломатії в ХХІ столітті, що безпосередньо залежать від культурної політики, а саме: підвищення рівня поінформованості про країну; формування позитивних уявлень про країну, її надбання, ідеї, розуміння поглядів; заохочення відвідування країни з метою туризму, навчання, промоція її товарів за кордоном; заохочення в'їзду людей в країну з метою туризму чи навчання, просування за кордоном товарів; залучення іноземних інвестицій та політичних союзників [11, 48-56].

Оскільки загальновизнаним є той факт, що саме через культуру нація відкриває всьому світу свою ідентичність, презентує свою спадщину, то можна стверджувати що культурна дипломатія є вагомим інструментом культурної політики, і в свою чергу, міжнародних відносин держави.

Щодо визначення "культурна політика", то одне з перших було дане на круглому столі ЮНЕСКО в 1967 році в Монако. У доповіді "Політика в галузі культури – попередні міркування" під політикою в галузі культури було вирішено розуміти "комплекс операційних принципів, адміністративних і фінансових видів діяльності і процедур, які забезпечують основу дій держави в галузі культури". У цьому контексті реалізація політики в сфері культури це "вся сума свідомих і обдуманих дій (або відсутність дій) в суспільстві, спрямованих на досягнення певних культурних цілей, за допомогою оптимального використання всіх фізичних і духовних ресурсів, якими володіє суспільство в даний час" [10, 5]. Це визначення стало провідним для багатьох країн у формуванні їх культурної політики на національному рівні.

В Україні було здійснено не одне дослідження із згаданої тематики. Одне з найбільш ґрунтовних "Популяризація, промоція, реклама художніх творів і культурних благ: світовий досвід та українська практика" здійснено робочою групою у 2013 році. Значну увагу і розгорнутий аналіз, реалізований на високому науковому рівні, представлено в цьому дослідженні. Окрім теоретичних питань, розглядався прикладний аспект, основні проблеми та напрями їх подолання в українській культурі. Висновки, які зроблені групою дослідників, вичерпні, однак практичного впровадження вони не знайшли. "В Радянській Україні культура була ідеологічно залежна, але в сучасному українському суспільстві перевагу отримує концепція "самоцінності культури" як сукупності накопиченого суспільного багатства, культурної спадщини і творчих досягнень, як стратегічний пріоритет сучасної економіки, як діючий агент соціального розвитку. За ринкових умов відбувається суттєве зміщення акцентів. Мистецькі товари й культурні блага набувають суто функціонального значення і перетворюються на товар, який може і повинен приносити прибуток.

Хронічним недоліком розвитку української культури протягом багатьох десятиліть, як до здобуття незалежності, так і в незалежній державі, залишалася надто незначна присутність української культури та обізнаність про неї за межами України. Тому для забезпечення кращих умов розвитку української культури у світовому контексті необхідно з'ясувати реальний стан її присутності у світовому культурному просторі, визначити причини недостатності цієї присутності, а також можливі шляхи та засоби виправлення такого становища. Одним із таких шляхів є активна промоція українського культурного продукту. Термін "промоція" (від англословного sales promotion) як складник маркетингу переважно вживається в значенні просування продажу товару, стимулюванні його збуту" [8, 7-16].

На думку дослідників, а саме Ф.Кольбера, доцільно виділити такі ключові цілі просування: інформаційну, що зводиться до надання необхідної для споживача інформації про певний продукт (час і місце заходу, вартість квитків, форма оплати тощо); переконуючу, що полягає у спонуканні споживача придбати продукт шляхом пропонування додаткових мотиваций (якості вистави, участі прославлених зірок, унікальності програми, доступності, соціальному престижі чи громадському визнанні, збагаченні досвіду); просвітницьку, що полягає у забезпеченні споживачів засобами та системою кодів, необхідних для оцінки особливостей продукту. Ця діяльність допомагає розширити клієнтуру для окремої галузі, оскільки споживачі стають краще поінформовані, а отже й готовими до споживання продукту [5,156].

Одним з найбільш ефективним засобом формування уявлення про державу на міжнародній арені засобами культури – є демонстрація мистецтва. Відомо, що в СРСР влада приділяла чималу увагу мистецтву, зокрема образотворчому, виділяючи на його підтримку великі кошти. Підтримуючи мистецтво, держава, перш за все, переслідувала ідеологічні принципи. Поряд із мережею державних мистецьких закладів та установ, підвалини культурно-мистецької системи радянських часів утворювали творчі спілки – фінансовані державою організації професійних митців.

Основною формою підтримки образотворчого мистецтва в радянські часи було держзамовлення. Працюючи за державним замовленням, художники створювали "ідеологічно вивірені" твори.

Спілка художників забезпечувала ще одну важливу для художників потребу – організовувала виставки: всесоюзні, республіканські, колективні, персональні, а зрідка – навіть участь вітчизняних митців (ясна річ, обраних) у якихось закордонних мистецьких акціях. Власне, виставки, від всесоюзних до персональних, і були основними методами популяризації образотворчого мистецтва в СРСР.

Аналізуючи сучасну ситуацію митців і мистецтва, треба визнати, що, попри зміни в економічному, політичному та соціальному становищі держави за останні роки, форми і методи підтримки художньої творчості залишилися загалом ті самі. Обсяги коштів на ці цілі істотно зменшилися порівняно з часами "застою", та все ж Мінкультури щороку витрачає сотні тисяч гривень на закупівлю творів живопису, графіки та скульптури, авторами яких є сучасні українські митці (у 2013 році, наприклад, відібрано для закупівлі 55 творів на загальну суму 560 тис. грн.) [8,137-139]. Таке становище контрастує зі світовою практикою. Європейські країни давно залучили образотворче мистецтво, як чинник гуманітарного розвитку, формування позитивного іміджу, привабливості для туристів та інвесторів.

В Україні ще не сформувалась стійка традиція участі бізнес-структур у промоції сучасного мистецтва. Також представлено аналіз діяльності благодійних фондів та створених приватною ініціативою мистецьких центрів, як колишній Центр сучасного мистецтва Дж. Сороса або Фонд Віктора Пінчука і його "Пінчук Арт Центр". "Пінчук Арт Центр" позиціонується як найпотужніший центр у популяризації та промоції сучасного мистецтва в Україні. Різноманісна діяльність є прикладом реалізації послідовної інституціональної стратегії. Покладаючи в основу своєї діяльності освіту, "Пінчук Арт Центр" в останні роки розпочав широку Освіт-

ню програму, спрямовану на взаємодію з аудиторією на кількох рівнях. Саме недержавні галереї, творчі об'єднання та арт-центри здійснюють понад 90% усіх мистецьких виставок, проєктів, акцій та інших культурологічних заходів, що відбуваються в Україні [8, 145]. Останнім часом "Пінчук Арт Центр" активно залучає до професійної діяльності студентів профільних українських вищих навчальних закладів.

Попри двадцять років існування незалежної української держави можна констатувати, що представлення мистецьких творів залишається справою переважно самих митців. А в свою чергу це засвідчує відсутність чіткої стратегії в культурній політиці на національному рівні та нерозуміння значення мистецтва для формування позитивного іміджу України в світі.

Формування та реалізація культурної політики на національному та на міжнародному рівні покладено на Міністерство культури України. Міжнародна культурна співпраця є одним із найважливіших напрямків роботи Міністерства культури України. Міжнародне культурно-мистецьке співробітництво України спрямоване на посилення інтеграції української культури до світового культурно-мистецького простору.

Міністерство культури України є головним органом у системі центральних органів виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сферах культури та мистецтв.

Важливим напрямком роботи Міністерства культури України є розроблення, укладання та виконання положень двосторонніх договорів у сфері культури. Такі міжнародні договори сприяють розвитку та зміцненню дружніх відносин, поглибленню співпраці в галузі культури і мистецтва з відповідними країнами, допомагають активізувати культурний діалог, створюють підґрунтя для обміну досвідом у сфері культури, а також сприяють створенню позитивного іміджу України у світі. На даному етапі існує договірна база культурного співробітництва з 50 державами (близько 80 чинних двосторонніх договорів) [7].

У сфері міжнародного культурного співробітництва Міністерство культури України зосереджує увагу на розвитку таких напрямів: поглиблення співробітництва з Радою Європи та інституціями Євро-союзу; подальший розвиток та зміцнення культурних відносин з країнами світової спільноти.

Однією з важливих функцій Міністерства культури є забезпечення представництва України в роботі двосторонніх міждержавних, міжурядових, міжвідомчих комісій, комітетів та робочих груп, що сприяє поглибленню взаєморозуміння та зміцненню дружніх відносин між Україною та іноземними державами, дає можливість розширити та поглибити співробітництво з країнами світу у різних галузях, зокрема і в культурно-гуманітарній. Ці акції сприяють активній інтеграції української культури до світових культурних процесів, знайомлять українців із надбаннями світової культури [9].

Міжнародну діяльність Міністерства культури України з впевненістю можна назвати найактивнішою за останні роки у просуванні до Європейського Співтовариства через програми та проєкти Ради Європи та співпрацю з міжнародними організаціями.

Одне з найважливіших питань міжнародного культурного співробітництва – це максимальне залучення української сторони до культурного життя на європейському просторі. Однак, якщо ще у 2012 році Україна реалізовувала більше ніж 14 міжнародних проєктів, останні роки, із об'єктивних причин, ця кількість скоротилась [6, 77].

Україна є цікавою для Європи, з огляду на багатство національної культури – як традиційної так і сучасної. Говорити про інтеграцію України до європейського простору неможливо без врахування важливості культурного співробітництва й культурних обмінів, а головне – збереження власної культурної ідентичності. З огляду на це головним завданням для органів влади має стати формування адекватної культурної політики на рівні стратегічного документу із чітко передбаченим механізмом реалізації поставлених завдань. При цьому важливо враховувати й особливості культурної політики Європейського Союзу як потенційного українського політичного і економічного партнера, і власне, українські інтереси, які полягають у створенні умов для формування єдиного національного культурного простору як підґрунтя консолідації суспільства.

Напрями представлення української культури в Європі і світі були проаналізовані і сформовані із урахуванням національних умов у працях Національного інституту стратегічних досліджень. "Загалом представлення української культури в світі, зокрема у Європі можливе на кількох рівнях: створення відповідних інформаційно-культурних установ у європейських містах; підтримка державою окремих спільних культурно-мистецьких проєктів, ініційованих громадським сектором; підтримка програм і проєктів Європейської Комісії та Ради Європи. Центри української культури діють у місцях, концентрованого проживання українців. Відповідно серед їх програм переважають просвітницькі, фольклорні, на історичну тематику. Модернізуючи існуючі центри, потрібно зважати на те, що первісно їхнім призначенням було задоволення потреб діаспори, а не представлення інтересів української культури за кордоном" [4, 17].

Реалізація цих положень неможлива без розробки довгострокової, а головне дієвої стратегії культурної політики, де б однією із основних позицій стали міжнародні відносини в галузі культури. Однак затверджена "Довгострокова стратегія розвитку української культури" [3] мала довгі обговорення і містить загальні дефініції без запропонованого механізму їх реалізації. В результаті зазначений документ лишився лише декларативним. Тому на сучасному етапі розвитку суспільства – значення культури як чинника толерантності, взаємообміни, промоції мистецтва безсумнівно має панівне значення. Особливо це значуще в контексті міжнародних відносин.

Зараз Україна стикається не тільки із внутрішніми кризовими явищами, а й глобальними загрозами. Кількість актуальних проблем засвідчує необхідність об'єднання для їх подолання на рівні міжнародних відносин. Взаєморозуміння, вивчення, популяризація культур – має стати пріоритетом культурної політики та консолідуючим фактором міжнародних відносин. Тому аналіз значення культурної політики на рівні міжнародних відносин, систематизація і узагальнення існуючих даних в галузі міжнародного культурного співробітництва – має безсумнівно практичне значення.

Відтак, останнім часом посилюється значення культурної дипломатії. Питання культури займають все більш помітне місце в діяльності міжнародних і національних організацій. Стає очевиднішим потенціал культури як інструменту формування цивілізованих взаємовідносин між державами.

Національна культура є одним із інструментів формування іміджу держави та засобом її інтеграції у світовий культурний простір. Останні роки характеризуються труднощами соціально-економічного та політичного характеру, зміною векторів зовнішніх культурних відносин, тому необхідна адекватна реакція держави і зростання громадської активності в галузі міжнародного культурного співробітництва. Збільшення кількості культурних проєктів, програм, днів української культури за кордоном, друкованих і електронних видань, телепередач виправдають себе як засіб підвищення інтересу закордонної громадськості до української культури. Посилюється роль прямих зв'язків між установами культури та закладами освіти.

Повною мірою неоціненим елементом є активна участь в культурних обмінах бізнес сектору. Його представники розвивають багатопланові контакти із зарубіжними партнерами, включаючи реалізацію масштабних проєктів. Однак у даний період Україна значно програє на тлі активних дій зарубіжних партнерів. Провідні світові держави розглядають даний аспект, в якості одного із рушійних стратегічних напрямків зовнішньої політики. Під розвиток культури підводиться концептуальна і стратегічна основи. Тому до міжнародної культурної політики часто застосовується термін "м'яка сила".

Провідні зарубіжні держави виділяють значні кошти і залучають найкращих фахівців до реалізації масштабних культурних проєктів і для збільшення своєї присутності в світі. Водночас зовнішня культурна політика України поки не має єдиної дієвої стратегії, яка дозволила б сконцентрувати зусилля всіх учасників культурного сектору для реалізації єдиної мети. Державні, бізнес та неурядові організації і навчальні заклади, окремі митці і діячі розрізнені, однак, мають об'єднати свої зусилля та налагодити взаємодію. Це має стати складовою нової міжнародної культурної політики України. Удосконалена, дієва стратегія в галузі культури стане орієнтиром для ефективної реалізації завдань, що ставить перед нами сьогодення.

Зовнішня культурна політика з урахуванням ролі культури дасть змогу надати додаткову динаміку двостороннім відносинам із зарубіжними країнами на даному напрямку та ліквідувати неузгодженість на національному рівні, збільшити туристичну привабливість держави та активізувати реалізацію Україною своїх інтересів на міжнародному рівні.

Література

1. Астахов Е. М. Мировая практика культурной дипломатии / Е.М.Астахов // Диалог культур и партнерство цивилизаций: VIII Международные Лихачевские научные чтения, 22–23 мая 2008 г. — СПб.: Изд-во СПбгуп, 2008. сайт МГИМО [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://mgimo.ru/files/34255/34255.pdf>.
2. Банщикова Н.В. Внешняя культурная политика и дипломатия: концептуализация различий / Н.В.Банщикова// [Электронный ресурс] //Сборник работ 70-й научной конференции студентов и аспирантов Белорусского государственного университета, 15-18 мая 2013 г., Минск : [в 3 ч.]. — Минск, 2013. -Ч. 3. — С. 121-122. — Электронна бібліотека БГУ. — Режим доступу: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/96934/1/121-122.pdf>.
3. Довгострокова стратегія розвитку української культури [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://195.78.68.75/mcu/control/uk/publish/article?art_id=244995613&cat_id=244961323.
4. Здіорук С. І. Культурна політика України: національна модель у європейському контексті : аналіт. доп. / С. І. Здіорук, О. М. Литвиненко, О. П. Розумна; за ред. С. І. Здіорука; Нац. ін-т стратег. дослідж. — К. : НІСД, 2012. — 57 с.
5. Кольбер Ф. Маркетинг у сфері культури та мистецтв / Ф.Кольбер, Ж.Нантель, С.Білодо, Дж.Д.Річ: пер. з англ. Я. Яринича. — Львів : Кальварія, 2004. — 240 с.
6. Реалізація державної політики у галузі культури : пріоритети, здобутки, перспективи. Охорона культурної спадщини : аналітичний звіт МКТУ за 2012 р. / М-во культури і туризму України. — К. : МКТУ, 2013. — 81 с.
7. Перелік міжнародних договорів, чинних станом на грудень 2014 року [Електронний ресурс]. — Режим доступу http://mincult.kmu.gov.ua/mincult_old/uk/publish/article/380037.
8. Популяризація, промоція, реклама художніх творів і культурних благ: світовий досвід та українська практика: Звіт про науково-дослідну роботу за 2013 р. / М-во культури і туризму України; Український центр культурних досліджень. — К. : МКТУ, УЦКД, 2013. — 199 с.
9. Про затвердження Положення про Міністерство культури України : за станом на 3 вересня 2014 р. [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України; Постанова. — Режим доступу <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/495-2014-%D0%BF>.
10. Cultural policy: preliminary study. Paris. P. 5.0 UNESCO 1969/ — printed in france shc,69/xix. 1 a/a
11. Leonard M. Diplomacy by other means / M. Leonard // Foreign policy. — september/october, 2002. — P. 48–56.

References

1. Astahov, E. M. (2008). World practice of cultural diplomacy. Dialog kultur i partnerstvo civilizatsiy. Retrieved from <http://mgimo.ru/files/34255/34255.pdf> . [in Russian].
2. Banshchikova, N.V. (2013). Foreign cultural policy and diplomacy : conceptualization of distinctions. Minsk: Elektronna biblioteka BGU. Retrieved from: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/96934/1/121-122.pdf>. [in Russian].
3. Long-term strategy for the development of Ukrainian culture. (2015). Retrieved from: http://195.78.68.75/mcu/control/uk/publish/article?art_id=244995613&cat_id=244961323 [in Ukrainian].
4. Zdioruk, S. I. , Lytvynenko, O. M., Rozumna, O. P. (2012). Cultural policy of Ukraine: national model in the European context. Nac. in-t strateg. doslid. Kyiv: NISD [in Ukrainian].
5. Kolber, F., Nantel, Zh., Bilodo, S., Rich, Dzh.D. (2004). Marketing in culture and arts. Lviv : Kalvaria [in Ukrainian].
6. Implementation of state policy in the field of culture: priorities, achievements and prospects. Protection of cultural heritage.(2013). Kyiv, Ministerstvo kul'tury i turyzmu Ukrainy [in Ukrainian].
7. The list of international agreements in force. (2014, December). Retrieved from: http://mincult.kmu.gov.ua/mincult_old/uk/publish/article/380037. [in Ukrainian].
8. Publicity, promotion, advertising works of art and cultural benefits: world experience and Ukrainian practice (2013). Kyiv : MКТU, UCzKD [in Ukrainian].
9. About claim of Statute about Ministry of culture of Ukraine (2014, September 3). Retrieved from: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/495-2014-%D0%BF> [in Ukrainian].
10. Cultural policy: preliminary study. (1969). Paris, P. 5.0 UNESCO, printed in france shc,69/xix. 1 a/a [in France].
11. Leonard, M. (2002). Diplomacy by other means. Foreign policy, september/october, 48-56 [in USA].

Стаття надійшла до редакції 07.04.2017 р.